



## Povzetek projekta Po kreativni poti do znanja 2016/2017 za namen objave in predstavitve na spletni strani sklada

**1. Polni naslov projekta:** Krajinska ureditev in načrt trženja meddržavnega Krajinskega parka Beka

- **V katero področje na prvi klasifikacijski ravni KLASIUS-P se uvršča projekt glede na vsebinsko zasnovo (neustrezno področje izbrišite):**

- 0 - Splošne izobraževalne aktivnosti/izidi
- 1 - Izobraževalne vede in izobraževanje učiteljev
- 2 - Umetnost in humanistika
- 3 - **Družbene, poslovne, upravne in pravne vede**
- 4 - Naravoslovje, matematika in računalništvo
- 5 - Tehnika, proizvodne tehnologije in gradbeništvo
- 6 - Kmetijstvo, gozdarstvo, ribištvo, veterinarstvo
- 7 - Zdravstvo in sociala
- 8 - Storitve
- 9 - Neopredeljeno po širokem področju

**2. V sodelovanju z:** (navede se univerza oz. samostojni visokošolski zavod, ki je prijavil projekt in članica, ki je nosilka projekta ter partnerja – podjetja, ki je/sta vključena v projekt)

**Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta**

**3. Besedilo:**

- **Opreделите problem, ki se je razreševal tekom izvajanja projekta**

Namen projekta je predlagati krajinsko ureditev in trženjske aktivnosti za Krajinski park Beka. Kljub bogati naravni in kulturni dediščini ta krajinski park ni nikoli povsem zaživel, podeželje se le počasi razvija, naravne in kulturne danosti pa niso dovolj trženjsko prepoznavne, da bi privabile več obiskovalcev in da bi to območje postavile na turistični zemljevid naravnih znamenitosti Slovenije. Obiskovalec, ki pa zaide v park, se v parku težko znajde zaradi slabih ali neobstojećih označb ter neurejenih sprehajalnih in kolesarskih poti.

Problem, s katerim se soočajo v Krajinskem parku Beka, je odsotnost strategije razvoja parka, začenši s prostorsko ureditvijo parka, povezovanjem deležnikov parka ter trženjem parka in dejavnosti, ki se jih lahko izvaja v sklopu parka in ob poteh do parka. Problem je tudi nepovezanost slovenskega in italijanskega dela parka.

Občina Hrpolje-Kozina je želela predlog ureditve poti v parku in predlog načinov za povečanje obiska parka ter načinov povezovanja deležnikov v lokalnem okolju za trajnostni razvoj parka. Gospodarska družba Aporia pa je želela analizo strukture terena vzdolž tras sprehajalnih in kolesarskih poti, idejno zasnovo ureditve poti, ki bazira predvsem na vsebinski analizi prostora, prepoznavanju trženjsko zanimivih točk, morebitnih smeri razvoja le-teh vključno s prepoznavanjem možnosti razvoja glavnih turističnih povezav znotraj parka.

Rezultati projekta so:

- a) konkretni predlogi in karte z vsebinsko zasnovo prostorske ureditve sprehajalnih in kolesarskih poti v parku,
- b) analiza strukture terena vzdolž poti v parku,
- c) predlog zasnove in lokacij informativnih in poučnih tabel ob sprehajalnih in kolesarskih poteh v parku,
- d) informacije o poznavanju parka, identifikacija segmentov obiskovalcev ter analiza obiskovalcev parka,
- e) identifikacija deležnikov in spodbujena večja povezanost med deležniki v lokalni skupnosti parka,

- f) konkreten predlog trženjskega gradiva v obliki brošur ter predstavitev predlogov ostalih načinov trženja parka,
- g) predlogi načinov upravljanja parka,
- h) ugotovitev, da želja po povezovanju slovenskega in italijanskega dela parka na turističnem, kulturnem, rekreacijskem in infrastrukturnem področju obstaja ter sprejeti načelni dogovori o skupnem sodelovanju v prihodnje,
- i) razvoj kompetenc in znanj študentov na poklicno specifičnih področjih in na generičnih področjih,
- j) pri aktivnostih in predlogih smo imeli vedno v mislih skrb za trajnosti razvoj območja (npr. predlog ekoturizma in ne masovnega turizma, pridobljeno stališče Zavoda za varstvo narave in Zavod za varstvo kulturne dediščine, upoštevanje želja in interesov lokalnega prebivalstva in institucij).

- **Opišite potek reševanja problema oz. kratek povzetek projekta**

Glavni izzivi in obenem cilji v okviru projekta so bili ureditev pohodniških in kolesarskih poti po parku, najti načine kako povečati prepoznavnost in obisk parka, načine kako povečati gostinsko in nastanitveno ponudbo, kako vzpostaviti upravljanje parka in kako vključiti lokalno prebivalstvo v razvoj in upravljanje parka. V petih mesecih smo opravili številne ogleda terena, opravili spletne ankete in ankete na terenu, opravili intervjuje z domačini, izvedli delavnico o vključevanju lokalnih prebivalcev v razvoj ter se o možnostih vključevanja naravne in kulturne dediščine posvetovali na Zavodu Republike Slovenije za varstvo narave in Zavodu za varstvo kulturne dediščine Slovenije. Pohodniške in kolesarske poti smo zasnovali tako, da smo upoštevali že obstoječe, delno urejene in označene poti ter identificirali še druge obstoječe poti po parku. Poleg TIGR-ovske poti in Steze prijateljstva, ki sta že označeni in urejeni, predlagamo, da se na novo označijo Graničarska pot z zgodovinsko tematiko, Pot slapov z naravoslovno tematiko in povezave med posameznimi potmi in naselji. Zasnovali smo tudi kolesarsko pot, ki gre z obstoječe kolesarske poti po stari železnici Kozina - Trst do Klanca, Beke in naprej do Socerba.

Kot vodilo razvoja območja študentje vidimo ekoturizem, saj je primarni cilj vzpostavitve parka varstvo narave. Tovrstni turizem je primeren za manjše skupine obiskovalcev, ki obišejo park peš ali s kolesom. Z informativnimi tablami in drugo infrastrukturo za doživljanje narave se med obiskovalci dviga zavest o pomenu varstva narave, spoznavajo naravne in kulturne zanimivosti območja, ki jih tukaj ne manjka. Lokalno prebivalstvo ima od tovrstnega turizma neposredno korist. Zasnova trženjskih aktivnosti za večjo prepoznavnost parka temelji na študiju različnih dostopnih virov ter lastnih raziskavah na terenu. Pomembna ugotovitev na samem začetku projekta je bila da za povečanje prepoznavnosti Krajinskega parka Beka obstaja velik interes lokalnih prebivalcev in lokalne skupnosti. Priložnost vidimo v vzpostavitvi blagovne znamke Krajinski park Beka, ki bi povezala lokalne ponudnike in tako tržila njihove izdelke. Za dobro prepoznavnost parka in večjo doživljajsko vrednost obiska bi bilo na podlagi kulturnih zanimivosti območja potrebno zgraditi zgodbo, na katero bi se navezali dogodki. Predlagamo tematiko trgovcev, saj so čez to območje v preteklosti tovorili različne surovine. Nujno potrebna bi bila povezava z italijanskim delom zavarovanega območja z enotnimi, skupnimi zemljevidi za obiskovalce, označbami poti, skupnimi dogodki in promocijo območja parka brez meje. Ker so nastanitvene kapacitete polne, gostinska ponudba na območju parka pa skromna, predlagamo lokalnemu prebivalstvu nove podjetniške priložnosti v teh dejavnostih.

Seveda pa ne gre brez upravljavca parka, to je nekoga, ki bo bedel nad razvojem območja. Nujno potrebno bo pripraviti načrt upravljanja s skupno vizijo in cilji in v katerega se morajo vključiti lokalni prebivalci, saj je le sodelovanje in povezovanje vseh deležnikov ključ do uspešne zgodbe. Prvi korak k temu bo morala narediti občina Hrpelje-Kozina kot ustanoviteljica parka. Nujno potrebno bo tudi izobraževanje za upravljavce.

- **Navedite in opišite rezultate projekta ter njihov doprinos k družbeni koristnosti**

Projekt je na kratek rok že prinesel družbene, gospodarske in okoljske koristi, ki pa se bodo v še večji meri pokazale na srednji in dolgi rok v sledečih oblikah:

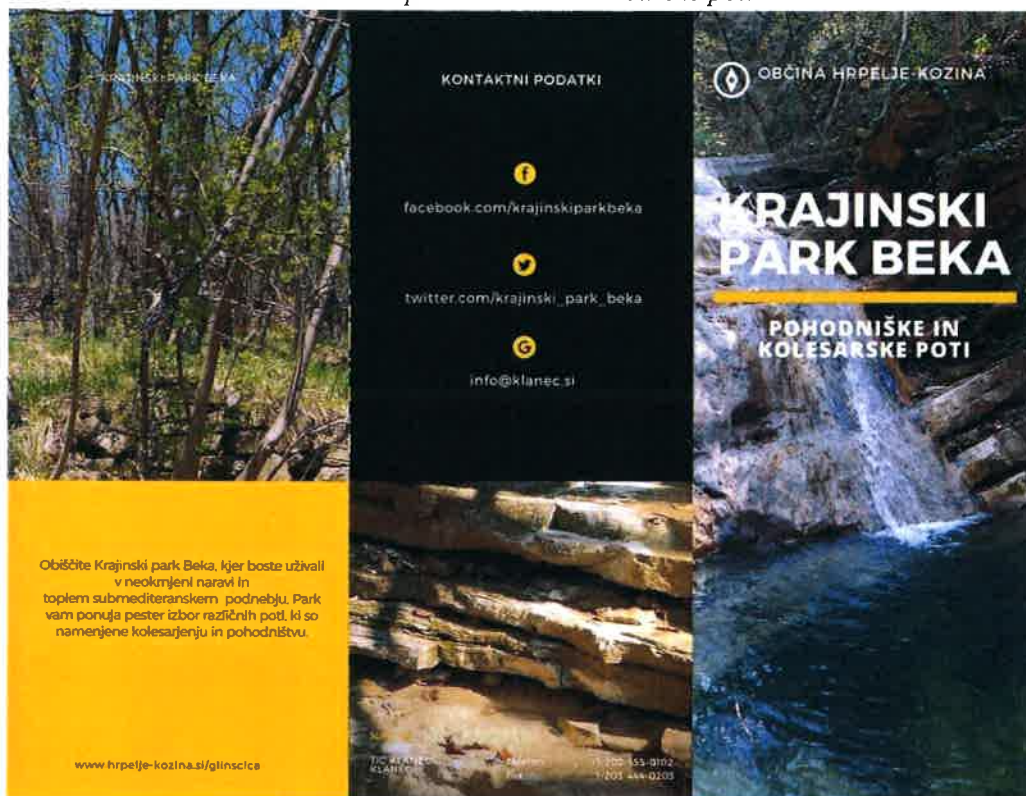
- a) prosperiteta in notranji razvoj podeželja v občini, pogoji za boljše življenje, odraščanje in staranje;
- b) prepoznavnost in razvoj parka in občine preko premišljenega upravljanja in trženja parka,
- c) večji obisk in posledično razvoj turističnih, kulturnih in športnih dejavnosti v občini – občina bo postala bolj privlačna za priseljevanje, življenje in gospodarske aktivnosti,
- d) skrb za okolje in urejenost parka z informiranjem obiskovalcev o pomenu ohranjanja zavarovanih območij, o ravnanju z odpadki,
- e) informiranje obiskovalcev o geologiji, geografiji, klimi, zgodovini in arheologiji območja in o ponudbi parka,

f) vzpostavitev sodelovanja z italijanskim delom parka za skupen nastop na trgu, park ima možnosti, da postane glavni prepoznavni znak in blagovna znamka občine, če bodo s parkom smiselno upravljali.

#### 4. Priloge:

- Slikovno gradivo: Priložite vsaj dve sliki npr. sliko končnega produkta, sliko študentov pri delu na projektu, sliko s sestankov ipd. Pri pošiljanju slik bodite pozorni, v kolikor gre za končni produkt, da bo zadoščeno zahtevam glede informiranja in obveščanja (ustrezni logotipi itd.).

*Primer naslovne strani zloženke pohodniške in kolesarske poti*



*Predstavitve rezultatov projekta v vašem domu v Ocizli*



# KRAJINSKA UREDITEV IN NAČRT TRŽENJA MEDDRŽAVNEGA KRAJINSKEGA PARKA BEKA

– KONČNO POROČILO –



## Avtorji:

Tadeja Babič  
Manca Dremel  
Špela Ferjan  
Kristijan Horvat  
Ajda Kafol Stojanović  
Kristina Likar  
Vanessa Mramor  
Ana Potočnik  
Tjaša Vezovnik

## KAZALO VSEBINE

UVOD .....	1
1. PREDSTAVITEV OBMOČJA .....	2
1.1. Krajinski park Beka .....	2
1.2. Predstavitvene karte .....	3
2. IDENTIFIKACIJA ZANIMIVIH NARAVNIH IN KULTURNIH TOČK V PARKU ....	9
2.1. Kulturne znamenitosti/ zanimivosti .....	9
2.1.1 Kulturna dediščina iz Registra nepremične kulturne dediščine .....	9
2.1.2. Druga kulturna dediščina.....	10
2.2. Naravne znamenitosti/ zanimivosti.....	11
3. OBSTOJEČE POTI IN DOGODKI .....	14
3.1. Tigrovska spominska krožna pot Ocizla - Beka .....	14
3.2. Rekreativna pot po trasi opuščene železnice Kozina - Trst.....	16
3.3. Dogodek Odprta meja in Steza prijateljstva .....	17
4. PRENOČIŠČA IN OBSTOJEČA TURISTIČNA PONUDBA V ŠIRŠI OKOLICI .....	18
4.1. Prenočišča .....	18
4.2. Turistična ponudba .....	18
5. ANALIZA ANKET IN INTERVJUJEV .....	23
5.1. Analiza anket .....	23
5.1.1. Analiza spletne ankete.....	23
5.1.2. Analiza opravljenih anket na terenu med obiskovalci parka.....	27
5.2. Analiza intervjujev.....	31
6. ZASNOVA TURISTIČNE PONUDBE V KRAJINSKEM PARKU BEKA .....	34
6.1. Informacijski center v Klanecu pri Kozini .....	34
6.2. Identifikacija in predlogi novih pohodniških poti ter ureditve obstoječih poti .....	36
6.2.1. Steza prijateljstva .....	36
6.2.2. Graničarska pot.....	38
6.2.3. Pot slapov .....	40
6.2.4. Kolesarska pot Socerb - Klanec - Trst.....	44
6.2.5. Povezovalne poti med kraji Beka, Klanec in Mihele .....	45
6.3. Ureditev infrastrukture za spoznavanje naravne in kulturne dediščine .....	46
7. NAČRT TRŽENJA KRAJINSKEGA PARKA BEKA .....	48
7.1. Trženje turistične destinacije .....	48
7.1.1. Destinacijski trženjski splet na primeru Krajinskega parka Beka .....	49
7.2. Krajinski park Beka kot ekološko turistična destinacija .....	52



## Povzetek projekta Po kreativni poti do znanja 2016/2017 za namen objave in predstavitve na spletni strani sklada

### 1. Polni naslov projekta: Poglobitev prodajnih in tržnih kanalov proizvoda BREATHING+

- V katero področje na prvi klasifikacijski ravni KLASIUS-P se uvršča projekt glede na vsebinsko zasnovano (neustrezno področje izbršite):

- 0 - Splošne izobraževalne aktivnosti/izidi
- 1 - Izobraževalne vede in izobraževanje učiteljev
- 2 - Umetnost in humanistika
- 3 - **Družbene, poslovne, upravne in pravne vede**
- 4 - Naravoslovje, matematika in računalništvo
- 5 - Tehnika, proizvodne tehnologije in gradbeništvo
- 6 - Kmetijstvo, gozdarstvo, ribištvo, veterinarstvo
- 7 - Zdravstvo in sociala
- 8 - Storitve
- 9 - Neopredeljeno po širokem področju

2. V sodelovanju z: (navede se univerza oz. samostojni visokošolski zavod, ki je prijavil projekt in članica, ki je nosilka projekta ter partnerja – podjetja, ki je/sta vključena v projekt)

Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta

### 3. Besedilo:

- Opreделите problem, ki se je razreševal tekom izvajanja projekta

*Problem projekta je vključeval poglobitev in obogatitev prodajnih kanalov podjetja Zdrav dih, d.o.o., kar je vključevalo naslednje aktivnosti:*

- analiza trga ter pridobivanje kontaktov novih poslovnih partnerjev
- analiza potencialnih možnosti pomoči poslovnim partnerjem
- analiza prijemov ter možnosti internetnega trženja s poudarkom na trženju preko družbenih omrežij
- analiza prijemov ter predlogov uporabe tehnik ravnanja s ključnimi kupci (key account management)

*Študentje so tekom sodelovanja s projektom razdelali poglobljeno vsebino treh glavnih faz trženja:*

- 1) Analizirati trg poslovnih partnerjev, ocena privlačnosti različnih poslovnih partnerjev (dosežen rezultat: povečati število smiselnih poslovnih partnerjev za 20%)
- 2) Analiza potencialnih možnosti pomoči poslovnim partnerjem (dosežen rezultat: izboljšati izkušnjo ter oceno poslovnih partnerjev glede sodelovanja s podjetjem Zdrav dih)
- 3) Analiza prijemov ter možnosti (internetnega) trženja s poudarkom na trženju preko družbenih omrežij (doseženi rezultati: raziskati trg ter razviti najprimernejše prijeme trženja preko družbenih omrežij; povečati vidljivost podjetja in produkta na družbenih omrežjih; z dogodki podkrepiti oz. komplementarno oglaševati prijeme internetnega trženja).

- Opišite potek reševanja problema oz. kratek povzetek projekta

*Naše glavne tri naloge pri sodelovanju s podjetjem Zdrav dih d.o.o. so bile:*

- analiziranje trga ter pridobivanje kontaktov novih poslovnih partnerjev: scrapping emailov iz internetnih naslovov, analiza ter segmentacija trga, razdelitev enotnega heterogenega trga na več manjših, bolj homogenih trgov, da bi se zagotovila bolj učinkovita zadovoljitev potreb kupcev, ki so posledica različnih preferenc in želja kupcev, izbiranje skupine ali skupin

poslovnih partnerjev s podobnimi značilnostmi za izvedbo tržnega testiranja, z raziskavami in testiranjem usvojiti na stranko usmerjeno filozofijo;

- analiziranje potencialnih možnosti pomoči poslovnim partnerjem: analiza prijemov ter predlogov uporabe tehnik ravnanja s ključnimi kupci (key account management), analiza možnosti uporabe in razvoja internetnih tehnologij za ravnanje s ključnimi kupci, analiza možnosti prijemov vizualne komunikacije in grafičnega dizajna za učinkovitejše ravnanje s ključnimi kupci.
- analiza prijemov ter možnosti (internetnega) trženja s poudarkom na trženju preko družbenih omrežij: analiza možnosti, prednosti ter slabosti, ki jih ponujajo različna družbena omrežja, analiza možnosti trženja preko teh omrežij, oblikovanje vsebine ter organizacija dogodkov, usmerjenih v trženje, s povezavami z vsebinami trženja na internetnih medijih.

Poleg zgoraj omenjenih nalog, pa je naše delo temeljilo tudi na naslednjih aktivnostih:

- montiranje in urejanje video posnetka o "breathing scrolling-u", oblikovanje filmov za poslovne partnerje BioMed Salud in Medlink,
- pisanje mailov obstoječim in potencialnim partnerjem podjetja Zdrav dih d.o.o.,
- urejanje baze podatkov o obstoječih partnerjih,
- urejanje in upravljanje Facebook računa podjetja Breathing Labs,
- pisanje objav na spletnih straneh (word press),
- pisanje scenarijev za predstavitveni film,
- kontaktiranje organizacij za promocijo svetovnega dneva astme,
- oblikovanje ter prevajanje intervjujev in njihovih objav na spletni strani podjetja (Barbara Jezeršek, Luka Rakić, ...),
- pisanje emailov obstoječim in potencialnim trenerjem, vodenje Instagram, Twitter profila ter njihovih objav pod imenom Breathing Fitness.

- Navedite in opišite rezultate projekta ter njihov doprinos k družbeni koristnosti

Družbena korist projekta se kaže predvsem z vidika skupne promocije in organizacije dogodkov, s katerimi se je tržišče inovativne proizvode podjetja na načine, ki so jih vse udeležene strani v projektu (študenti, podjetje, društva, fakulteta) oblikovale s skupnimi močmi tekom trajanja projekta. Na ta način je podjetje nadaljevalo opravljanje svojega poslanstva promocije zdravega načina življenja ter še nadgradilo povezavo svoje poslovne aktivnosti s pravilnimi načini dihanja ter okrepiti promocijo z dogodki, trženjskimi kampanjami ipd. Pri tem so ključno vlogo igrali študentje, ki so imeli možnost ne le pomagati podjetju Zdrav dih pri oblikovanju in poglobitvi trženjskih kanalov, pač pa tudi širiti glas o njihovih ustvarjalnih predlogih preko organizacij družbenega življenja in s tem doseči močnejšo sporočilno moč njihovih idej, predvsem pa širši doseg. V končni fazi je imel projekt družbeno relevantnost predvsem v promociji in širjenju zdravih načinov življenja, kar je usklajeno z EU iniciativami in smernicami razvoja.

#### 4. Priloge:

- Slikovno gradivo: Priložite vsaj dve sliki npr. sliko končnega produkta, sliko študentov pri delu na projektu, sliko s sestankov ipd. Pri pošiljanju slik bodite pozorni, v kolikor gre za končni produkt, da bo zadoščeno zahtevam glede informiranja in obveščanja (ustrezni logotipi itd.).

Končni izdelki so vidni na:

Facebook: <https://www.facebook.com/BreathingLabs/>

Twitter: <https://twitter.com/breathinglabs>

Instagram: [https://www.instagram.com/breathing\\_fitness\\_official/](https://www.instagram.com/breathing_fitness_official/)





## Povzetek projekta Po kreativni poti do znanja 2016/2017 za namen objave in predstavitve na spletni strani sklada

### 1. Polni naslov projekta: Prepoznavanje podjetniških priložnosti v zgodnji fazi

- V katero področje na prvi klasifikacijski ravni KLASIUS-P se uvršča projekt glede na vsebinsko zasnovu (neustrezno področje izbrišite):

- 0 - Splošne izobraževalne aktivnosti/izidi
- 1 - Izobraževalne vede in izobraževanje učiteljev
- 2 - Umetnost in humanistika
- 3 - **Družbene, poslovne, upravne in pravne vede**
- 4 - Naravoslovje, matematika in računalništvo
- 5 - Tehnika, proizvodne tehnologije in gradbeništvo
- 6 - Kmetijstvo, gozdarstvo, ribištvo, veterinarstvo
- 7 - Zdravstvo in sociala
- 8 - Storitve
- 9 - Neopredeljeno po širokem področju

**2. V sodelovanju z:** (navede se univerza oz. samostojni visokošolski zavod, ki je prijavil projekt in članica, ki je nosilka projekta ter partnerja – podjetja, ki je/sta vključena v projekt)

**Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta**

### 3. Besedilo:

- Opreделите problem, ki se je razreševal tekom izvajanja projekta

Problem iz katerega smo pri projektu izhajali je povezan z nizko stopnjo identifikacije potencialnih podjetniških idej v začetnih fazah razvoja – tako na strani podpornih inštitucij za podjetništvo v Sloveniji (kot so npr. inkubatorji), kot na strani študentov samih, ki so lahko vir kreativnih in inovativnih podjetniških priložnosti, vendar se tega sami pri sebi ne zavedajo oz. nimajo dovolj podjetniških spretnosti, ki bi jim omogočile realizacijo njihovih idej. S tem namenom smo prijavili projekt, v katerem smo na eni strani študente naučili prepoznavati podjetniške priložnosti med vrstniki ter jih poučiti o vseh potencialnih podporah, ki jim jih nudi slovensko podjetniško podporno okolje ter na drugi strani sodelujočim podjetjem iz podpornega okolja (Ljubljanski univerzitetni inkubator in Mladi podjetnik) predstaviti delovanje, aktivnosti in projektno delo študentov v sklopu obveznosti na fakultetah. Cilj projekta je bil torej skupino študentov (udeležencev projekta PKP) naučiti, kako prepoznavati podjetniške priložnosti in kako ustrezno podpreti nosilce podjetniških idej v zgodnji fazi. Študenti so pridobili znanja s področja krepitve podjetnosti, oblikovanja podjetniških idej, testiranja idej, prototipiranja in preverjanja realizacije idej. Poleg tega so se seznanili s podpornimi institucijami in njihovimi funkcijami, ki so v pomoč potencialnim bodočim podjetnikom pri razvoju in oblikovanju poslovnih idej. Na eni strani so spoznavali in raziskovali probleme in izzive študentov različnih fakultet znotraj Univerze v Ljubljani vezane na identifikacijo, razvoj in realizacijo podjetniških idej. Na drugi strani pa so bili vseskozi v tesni povezanosti s podjetjema (Ljubljanskim univerzitetnim inkubatorjem ter Mladi podjetnik) ter na ta način spoznali podjetniške dileme in izzive v realnem okolju. Kar nekaj časa so študenti porabili za spoznavanje in delovanje Ljubljanskega univerzitetnega inkubatorja, ki s svojimi kapacitetami nudi storitve študentom in raziskovalcem. Le-ta vidi največji potencial v neodkritih in nerealiziranih idejah študentov različnih fakultet. Preko omenjenega projekta so želeli identificirati nekaj teh študentov, predvsem pa bolje spoznati mišljenje, delovanje tovrstnih študentov in motive za nerealizacijo njihovih idej. Poleg identifikacije študentskih podjetniških idej, pa je bil drug, prav tako pomemben namen omenjenega projekta, širiti zavedanje in poznavanje slovenskega podjetniškega okolja in inštitucij, ki so študentom na voljo pri realizaciji potencialnih podjetniških projektov. Veliko študentov namreč ne pozna nabora inštitucij v

slovenskem podjetniškem okolju ter se ne zaveda, da obstajajo finančne in nefinančne podpore, s katerimi lahko svoje potencialne ideje razvijejo v uspešne poslovne priložnosti. Na podlagi projekta smo prišli do ugotovitev, da največji problem oz. zavoro za nerealizacijo podjetniških idej s strani študentov predstavljajo prav:

1. Nepoznavanje inštitucij, ki jim nudijo podporo za razvoj njihovih idej
2. Pomanjkanje določenih znanj za dokončanje projekta (npr. študentom ekonomske fakultete primanjkuje tehnično znanje za dokončanje ideje ter oblikovalskega znanja za dovršenost rešitve tudi z oblikovnega vidika)
3. Strah pred krajo ideje.

V sklopu projekta smo se najbolj osredotočili na drug problem – povezovanje študentov, za katerega smo nanizali kar nekaj rešitev, med drugim platformo za povezovanje študentov različnih fakultet na skupnem projektnem delu. Študenti, ki so sodelovali na projektu, so prototipirali in testirali različne vrste platform (na različne načine: od fizičnih, do spletnih platform), osebno so pristopili in k sodelovanju na platformi povabili kar nekaj študentskih ekip ter jim pomagali poiskati potrebno znanje med vrstniki drugih fakultet. Podroben opis ugotovitev, rezultatov ter korakov prototipiranja je opisan v prilogi – končnemu dokumentu, ki so ga pripravili študenti.

- Opišite potek reševanja problema oz. kratek povzetek projekta

Celotni projekt študentov smo izvajali po principu dizajnerskega načina razmišljanja, ki vključuje 5 korakov: identifikacija problema, definiranje uporabnika, brainstorming oz., iskanje potencialnih rešitev za zaznan problem, hitro prototipiranje in testiranje pri čemer je ključno čim večkrat ponoviti omenjen proces. Študenti so pričeli empatijo preko intervjujev študentov različnih fakultet ter na ta način poskusili zaznati probleme in izzive, ki študentom preprečujejo realizacijo podjetniških idej. Nato smo skupaj definirali potencialne uporabnike, kar nekajkrat brainstormali za potencialne rešitve za vsak posamezen identificiran problem, razmislili o različnih možnih načinih prototipiranja rešitev ter na koncu prototipirali nekaj različnih rešitev, jih testirali ter dopolnjevali z ugotovitvami iz terena.

Srečanja med mentorji in študenti so potekala pogosto, kjer so mentorji študente usmerjali in jim predajali strokovna znanja in izkušnje. Mentorji so udeležencem predali znanje s področja oblikovanja poslovne ideje in pristopov ter orodij, ki so jim bili v pomoč pri nadaljnjem delu. O tem so na vsake toliko časa mentorji povezali udeležence z različnimi podjetniki, ki so študentom predstavili svojo podjetniško pot, ovire, na katere so naleteli ter korake in metode s katerimi so uspešno premagali te probleme. Na ta način so študenti pridobili realen pogled v podjetniški svet, primere iz prakse vezane na razvoj, oblikovanje ter preverbo poslovnih idej. Nekaj študentov se je postavilo tudi v vlogo ocenjevalcev in so svoja pridobljena znanja uporabili v praksi. Identificirali so podjetniške ideje med študenti, jim pomagali pri oblikovanju ideje in jih za nadaljnjo podporo napotili na Ljubljanski univerzitetni inkubator.

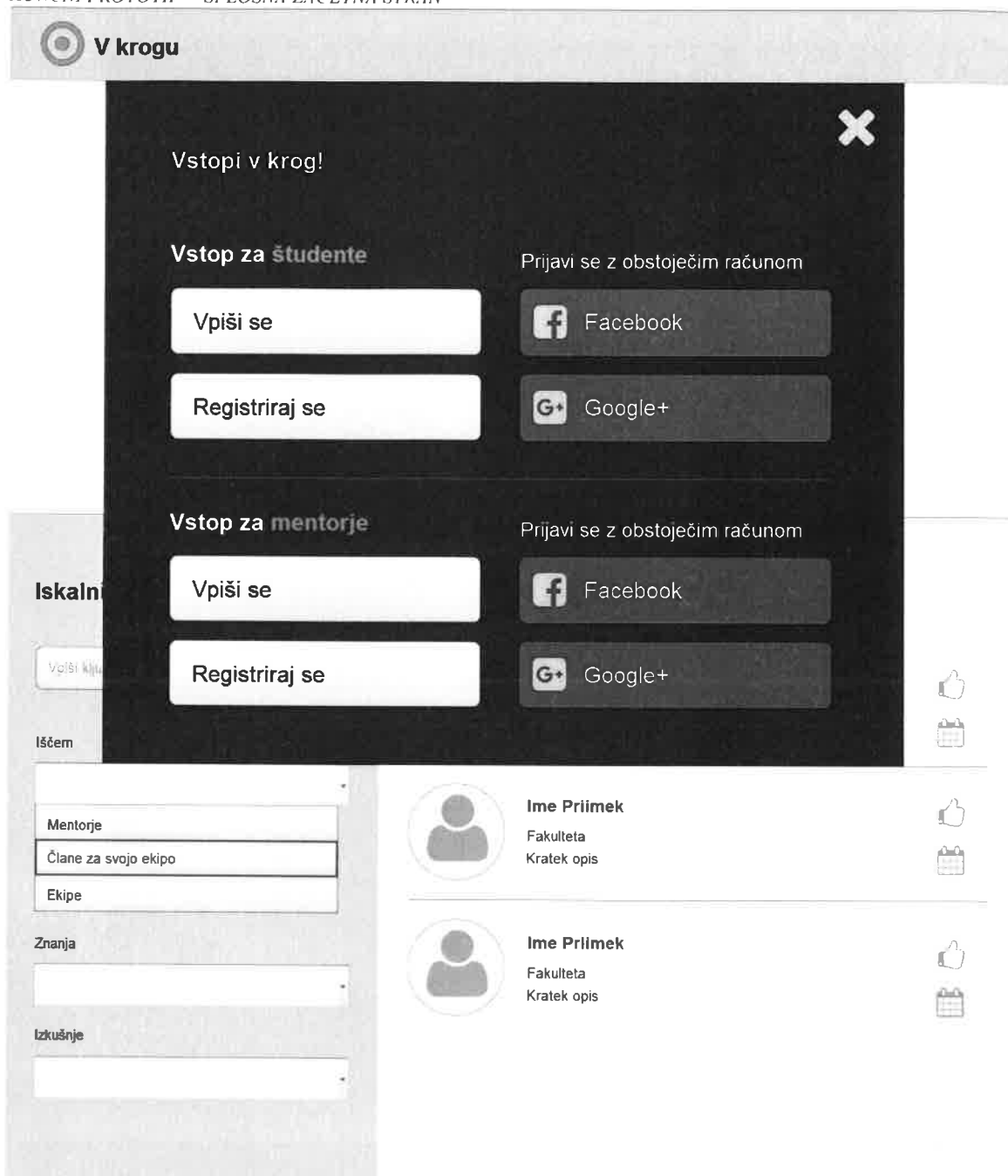
- Navedite in opišite rezultate projekta ter njihov doprinos k družbeni koristnosti

Prepričani smo, da je vedno več študentov željnih razvoja kariere v podjetništvu, a imajo premalo drznosti in znanja, pri čemer jim želimo pomagati in jih spodbuditi k drznosti in svoji podjetniški poti. V projektu vidimo še dodatni potencial. Študenti, ki imajo takšna znanja, so prilagodljivi, izražajo samoiniciativo in so tudi odlično zaposljivi. Pričakovati, da bodo vsi študentje postali podjetniki ni realno, a vse več delodajalcev ceni pri svojih zaposlenih tudi podjetniško razmišljanje oz. podjetnost kot kompetenco. Poleg tega se je med študenti začelo malo bolj razvijati zavedanje o pomenu in obstoju podpornega okolja za podjetništvo v Sloveniji.

#### 4. Priloge:

- Slikovno gradivo: Priložite vsaj dve sliki npr. sliko končnega produkta, sliko študentov pri delu na projektu, sliko s sestankov ipd. Pri pošiljanju slik bodite pozorni, v kolikor gre za končni produkt, da bo zadoščeno zahtevam glede informiranja in obveščanja (ustrezni logotipi itd.).

prototip: <https://projects.invisionapp.com/share/EFCJ6O45X#/screens/243133623>



## Profil študenta

 **V krogu**    Moj profil    **Moji projekti**    **Išči**    **Klepetalnica**    **Informacije**

1

### Moj profil



Kratek opis

Ime

Priimek

Kraj prebivališča

Pošta

Datum rojstva

Leto rojstva

Ime fakultete

Letnik študija

Znanja

Izkušnje

### Seznam mojih projektov



**Ime projekta**

Seznam članov

Kratek opis



**Ime projekta**

Seznam članov

Kratek opis

Dodaj nov projekt





## Povzetek projekta Po kreativni poti do znanja 2016/2017 za namen objave in predstavitve na spletni strani sklada

### 1. Polni naslov projekta: Ocenjevanje ekonomsko sprejemljivih izgub v sistemu oskrbe s pitno vodo

- V katero področje na prvi klasifikacijski ravni KLASIUS-P se uvršča projekt glede na vsebinsko zasnovo (neustrezno področje izbrišite):

- 0 - Splošne izobraževalne aktivnosti/izidi
- 1 - Izobraževalne vede in izobraževanje učiteljev
- 2 - Umetnost in humanistika
- 3 - **Družbene, poslovne, upravne in pravne vede**
- 4 - Naravoslovje, matematika in računalništvo
- 5 - Tehnika, proizvodne tehnologije in gradbeništvo
- 6 - Kmetijstvo, gozdarstvo, ribištvo, veterinarstvo
- 7 - Zdravstvo in sociala
- 8 - Storitve
- 9 - Neopredeljeno po širokem področju

**2. V sodelovanju z:** (navede se univerza oz. samostojni visokošolski zavod, ki je prijavil projekt in članica, ki je nosilka projekta ter partnerja – podjetja, ki je/sta vključena v projekt)

**Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta**

### 3. Besedilo:

- Opredelitev problema, ki se je razreševal tekom izvajanja projekta

#### Opredelitev problema

**Vodne izgube** so pereča problematika upravljanja vodovodnih sistemov. Vsak vodovod, ne glede na to ali je omrežje novozgrajeno ali pa je že v dolgoletnem pogonu, se namreč srečuje s tem problemom. Nadzorovanje vodnih izgub je pomembno tako pri starejših in slabše vzdrževanih, kot pri dobro delujočih in vzdrževanih sistemih. Mednarodno vodno združenje (IWA) je ugotovilo, da se količine izgubljene oziroma ne obračunane vode običajno gibljejo v razponu od 20 do 30 odstotkov proizvedenih količin. Izgube pa so lahko v nekaterih primerih, predvsem v starejših in slabo vzdrževanih sistemih, celo večje od 50 odstotkov.

Opravljen delo na raziskovalnem projektu se osredotoča na problematiko optimizacije vodnih izgub, pri čemer smo upoštevali dejstvo, da investicija v popolno preprečitev vodnih izgub ni ekonomsko sprejemljiva oziroma je neupravičena. V okviru projekta smo preučevali vodne izgube pri podjetju JP VODOVOD-KANALIZACIJA d.o.o., Ljubljana (v nadaljevanju JP VO-KA), ter se v okviru praktične analize osredotočili na štiri vodovodne sisteme - Centralni vodovodni sistem, Lipoglav, Rakitna in Pijava Gorica.

JP VO-KA je po številu oskrbovanih prebivalcev največje javno vodovodno podjetje v Sloveniji, saj pitno vodo oskrbuje preko 324.000 prebivalcev iz 6 občin. Skupaj upravlja 8 vodarn, 9 črpališč, 1.114 km omrežja, 40.200 priključkov, 33 vodohranov, 11 prečrpalnic in 21 hidropostaj. Ker gre za obsežen sistem vodovodov, je še toliko bolj pomembno, da se ugotovi optimum vodnih izgub in določi mejo prizadevanja za optimizacijo (JP VODOVOD-KANALIZACIJA d.o.o.).

Določanje ekonomsko sprejemljivih vodnih izgub je precej kompleksna in težavna naloga. Kompleksnost naloge se kaže že pri težavnosti analiziranja stroškov. Da bi dobili ekonomsko sprejemljive vodne izgube, moramo namreč upoštevati vse stroške z naslova zagotavljanja

ustrezne oskrbe s pitno vodo, kamor spadajo vsi stroški, ki nastanejo pri zajemu, pripravi in distribuciji vode. Poleg stroškov z naslova zagotavljanja ustrezne oskrbe s pitno vodo, pa je potrebno upoštevati tudi dodatne stroške do katerih pride zaradi visokih vodnih izgub, ki jih je mogoče z ustreznimi ukrepi pravočasno zmanjšati. Dodatni stroški so torej posledica zakasnelega reševanja težav v zvezi z zanesljivo in kontinuirano dobavo vode uporabnikom. Vse te stroške se lahko brez težave opredeli v teoriji, v praksi pa je zgodba precej bolj težavna in zahteva podrobno analizo in sistematičen pristop k zbiranju potrebnih podatkov iz različnih virov (Stropnik, 2016).

### **Namen in cilji naloge**

**Namen** raziskovalne naloge je podrobneje pojasniti problematiko vodnih izgub in iskanje le-teh ter ponuditi ustrezne in sprejemljive rešitve.

**Cilj** raziskovalne naloge je identifikacija optimalnega razpona vodnih izgub za posamezni vodooskrbni sistem v podjetju JP VO-KA. Določiti želimo torej območje, na katerem bodo skupni stroški vodnih izgub in aktivnega iskanja in opravljanja vodnih izgub najnižji, glede na sedanje stroške. V nalogi pa želimo tudi preveriti kako vpliva morebitna sprememba sedanjih stroškov v prihodnosti na spremembo ravni ekonomsko sprejemljivih vodnih izgub.

### **Metodologija dela**

Pri delu smo uporabljali različne metode dela. V teoretičnem delu smo uporabili metodo eksplorativne ali poizvedovalne raziskave. Sledila je deskriptivna ali opisna analiza. V tem delu smo opisali ključne pojme teme optimizacije vodnih izgub. V empiričnem delu pa smo uporabili metodi analize in sinteze. Ključnega pomena je bilo, da so študenti obeh fakultet združili vsa do sedaj pridobljena znanja ter se pri tem osredotočili predvsem na uporabo splošno sprejetih teorij optimizacije na praktičnem primeru.

- Opišite potek reševanja problema oz. kratek povzetek projekta

V okviru projekta so potekale različne aktivnosti. Zaradi narave panoge so študenti pri večini aktivnosti uporabljali računalnik in programsko opremo za obdelovanje podatkov (Excel, Stata).

Aktivnost št.1: seznanjanje s problemom proučevanja: O tematiki so se morali študenti predvsem izobraziti in si jo približati, zato so prvi mesec vzeli predvsem brali različne članke ter magistrska dela, s problematiko sta jih na skupnih sestankih seznanila v obliki predavanj in pogovorov tudi pedagoški in delovni mentor.

Aktivnost št 2: oblikovanje konceptualnih modelov stroškov vodnih izgub v kratkem in dolgem obdobju. Konceptualni modeli s področja poslovnih in ekonomskih ved, prilagojeni za problem proučevanja, so bili pomemben korak v razumevanju širine izziva in pri oblikovanju nabora potrebnih podatkov, pomembnih za verifikacijo modela.

Aktivnost št 3: priprava podatkov na ravni podjetja za ustrezno vrednotenje parametrov v posameznih modelih. Študenti so najprej pripravili nabor podatkov (na podlagi konceptualnih modelov), ki bi jih želeli pridobiti s strani podjetja. Ker podjetje nekaterih podatkov nima na razpolago v zahtevani obliki, so bile potrebne določene prilagoditve, pri določenih parametrih pa uporabljene predpostavke.

Aktivnost št.4: analiza občutljivosti. Pri empirični verifikaciji modelov je izjemno pomembna analiza občutljivosti. S pomočjo le-te se ugotovi, kako se rezultat spremeni v primeru, ko se vrednosti ključnih parametrov (recimo cena elektrike) spremeni za 20 odstotkov.

Aktivnost št 5: oblikovanje ustreznih priporočil. Na podlagi analiz in rezultatov so študenti ob

pomoči mentorjev oblikovali ustrezna priporočila, ki so koristna ne samo za sodelujočega upravljavca JP VO-KA, pač pa za vse upravljavce vodovodnih sistemov v Sloveniji

Aktivnost št 6: prenos znanja iz prakse v akademsko okolje. Delovni mentor je v okviru projekta študentom programa VKI na FGG UL predstavil širši problem zmanjševanja vodnih izgub v praksi in izzive, s katerim so se soočali študenti na konkretnem projektu.

Aktivnost št. 7: prenos znanja v podjetje. Študenti in mentorji so predstavili rešitve in priporočila v podjetju JP VO-KA Ljubljana, ki je sodelovalo v projektu. Rezultati projekta so bili v podjetju z zanimanjem sprejeti. Nadaljnja diseminacija bo potekala tudi v okviru Zbornice komunalnega inženirstva ter na strokovnih srečanjih.

- **Navedite in opišite rezultate projekta ter njihov doprinos k družbeni koristnosti**

Dojemanje vodnih izgub in rešitev je v javnosti večkrat predstavljena izrazito pristransko in na način, ki opravičuje vsa sredstva za doseganje cilja, ki naj bi bil usmerjen v doseganje ničelnih vodnih izgub. Omenjen projekt prispeva k razumevanju problema na način, da osvetljuje tudi drugo plat problema odpravljanja vodnih izgub, ki je povezan s stroški odkrivanja. Nižje kot so vodne izgube, višji so stroški odkrivanja morebitnih puščanj. Ker so podjetja, ki upravljajo vodovodne sisteme, javna podjetja, ki delujejo po principu pokritja celotnih stroškov (»full cost modela«), te stroške na koncu plačajo porabniki – to je družba kot celota.

Projekt na poljuden in enostaven način prikaže stroške in koristi odpravljanja vodnih izgub v kratkem in dolgem obdobju in razvije metodologijo določanja intervala sprejemljivih vodnih izgub. Na ta način pripomore k boljšemu načrtovanju odkrivanja in odpravljanja puščanj, kar vodi v smiselne poslovne odločitve.

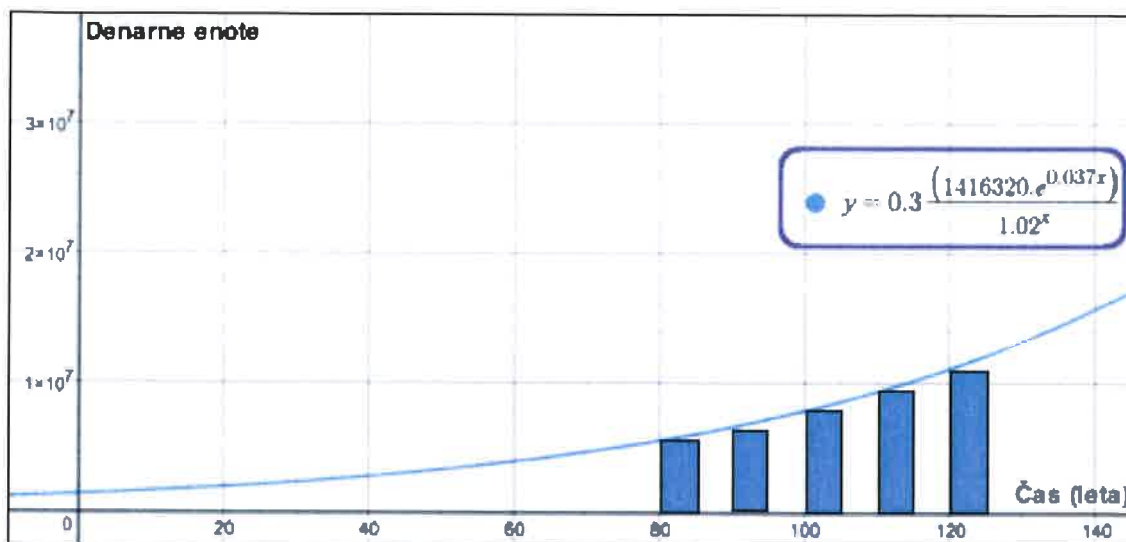
#### 4. Priloge:

- Slikovno gradivo: Priložite vsaj dve sliki npr. sliko končnega produkta, sliko študentov pri delu na projektu, sliko s sestankov ipd. Pri pošiljanju slik bodite pozorni, v kolikor gre za končni produkt, da bo zadoščeno zahtevam glede informiranja in obveščanja (ustrezni logotipi itd.).





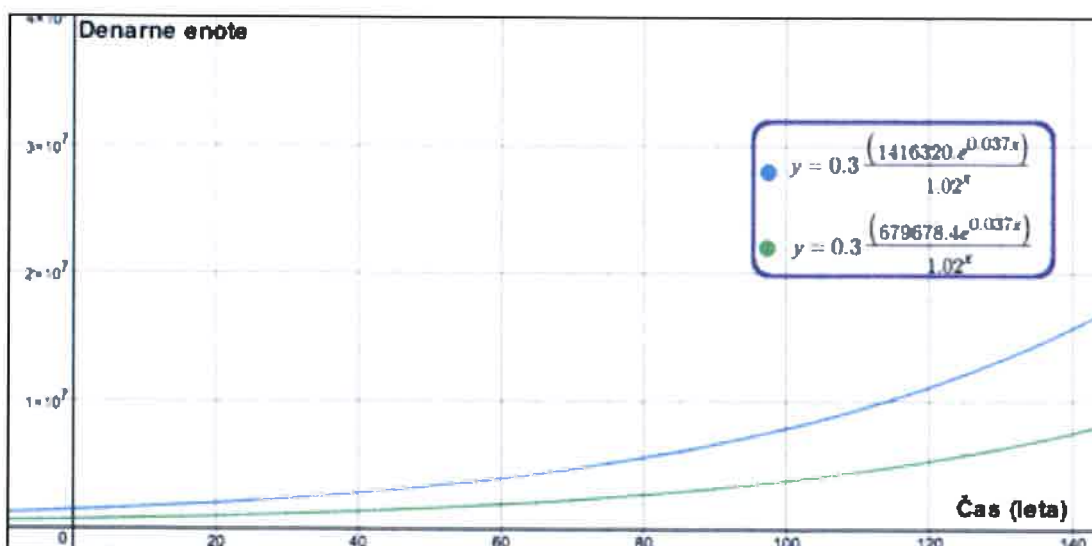
Slika 10: Funkcija sedanje vrednosti vodnih izgub v denarnih enotah



Vir: Lasten na podlagi podatkov VO-KA.

5. Sledi ocena, za koliko bi določena investicija podaljšala tehtano pričakovano življenjsko dobo sistema ali pa za koliko bi zmanjšala trenutne vodne izgube. V tem primeru se pričakovana življenjska doba zaradi investicije poveča za 20 let. Določi se točke in funkcijo, ki se prilega novim točkam ter ustreza kriteriju preprostosti uporabe. Ponovi se točka 5, razliko obeh funkcij se lahko izkoristi za primerjavo. Obe funkciji kaže Slika 11.

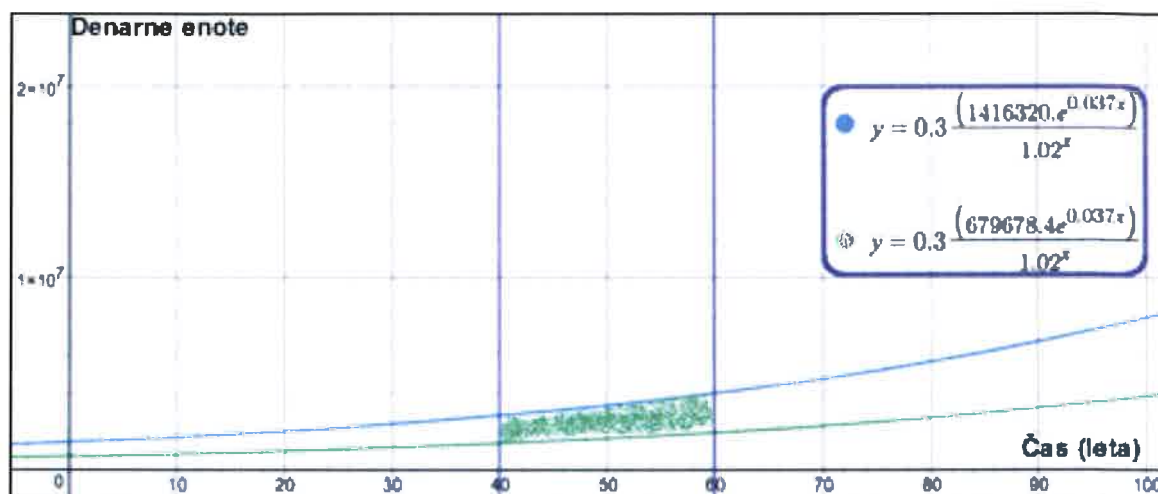
Slika 11: Stara in nova funkcija sedanje vrednosti vodnih izgub v denarnih enotah



Vir: Lasten na podlagi podatkov VO-KA.

6. Določimo mejo znotraj katere želimo minimizirati vodne izgube. Zaradi enostavnosti je za vrednotenje izbran interval med 40. in 60. letom starosti vodovodnega sistema. Zanima nas torej, če je znotraj tega 20-letnega obdobja investicija smiselna. Sedanjo vrednost prihrankov zaradi investicije kaže razlika med določenim integralom prve funkcije v mejah od 40 do 60 in druge funkcije v teh istih mejah. Grafično to vrednost predstavlja obarvan lik v Sliki 12.

Slika 12: Sedanja vrednost prihrankov



Vir: Lasten na podlagi podatkov VO-KA.

Kriterij je nato enostaven. Sedanja vrednost prihrankov mora presežati ali biti v najslabšem primeru enaka vrednosti investicije, da se ta še vedno splača. Rezultat sedanje vrednosti prihrankov za Centralni sistem v tem hipotetičnem primeru je prikazan v Izrazu (1).

$$\int_{40}^{60} \left( 0.3 \frac{1416320.4 e^{0.037x}}{1.02^x} \right) dx - \int_{40}^{60} \left( 0.3 \frac{679678.4 e^{0.037x}}{1.02^x} \right) dx \quad (1)$$

= 10494996.4372

Naložba znotraj izbranega 20-letnega obdobja je torej smiselna, če ne presega 10.494.996 EUR, kolikor znaša pričakovana sedanja vrednost prihrankov v obdobju 20 let.



## Povzetek projekta Po kreativni poti do znanja 2016/2017 za namen objave in predstavitve na spletni strani sklada

### 1. Polni naslov projekta: Illyrian turistični resort

- V katero področje na prvi klasifikacijski ravni KLASIUS-P se uvršča projekt glede na vsebinsko zasnovu (neustrezno področje izbrišite):

- 0 - Splošne izobraževalne aktivnosti/izidi
- 1 - Izobraževalne vede in izobraževanje učiteljev
- 2 - Umetnost in humanistika
- 3 - **Družbene, poslovne, upravne in pravne vede**
- 4 - Naravoslovje, matematika in računalništvo
- 5 - Tehnika, proizvodne tehnologije in gradbeništvo
- 6 - Kmetijstvo, gozdarstvo, ribištvo, veterinarstvo
- 7 - Zdravstvo in sociala
- 8 - Storitve
- 9 - Neopredeljeno po širokem področju

**2. V sodelovanju z:** (navede se univerza oz. samostojni visokošolski zavod, ki je prijavil projekt in članica, ki je nosilka projekta ter partnerja – podjetja, ki je/sta vključena v projekt)

**Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta**

### 3. Besedilo:

- Opreделите problem, ki se je razreševal tekom izvajanja projekta

*Projekt Illyrian Turistični Resort je projekt, ki vključuje študente na področju turizma, arhitekture in urbanizma. Njegov splošni cilj je razviti koncept turističnega naselja, nameščenega na velikem območju blizu hrvaškega mesta Vodnjan. Trenutno je območje popolnoma nerazvito in predstavlja eno od zadnjih praznih delov istrske obale. Študentje so pridobili informacije in pomoč, ki jih potrebujejo za izdelavo projekta ob obisku lokacije, preko vodstvene ekipe Illyrian funds in mentorjev na fakulteti. Njihov cilj je bil ustvariti načrt novega turističnega kraja, vključno z vsemi tremi perspektivami (urbanistično oblikovanje, arhitektura in turistična ponudba), pri tem pa se osredotočiti na turistične trende v prihodnosti. Vsi cilji so tudi bili doseženi.*

- Opišite potek reševanja problema oz. kratek povzetek projekta

*Aktivnosti izvajanja projekta so bile naslednje:*

- 1. izdelali smo nabor možnih konceptov razvoja turističnega kraja in umestitev teh konceptov na turistični kraj v razvoju Illyrian Vodnjan*
- 2. izdelali smo nabor primernih primerov komercialnih oblik v okviru kraja, ki so upoštevale dane razmere in trajnostne vplive projekta*
- 3. izdelali smo kritično presojo in preverbo različnih variant ureditve prostora v namen turističnih prenočitvenih kapacitet s spremljevalnim programom*
- 4. izdelali smo variante ureditev turističnega naselja z oblikovanjem sodobnih urbanistično-arhitekturnih konceptov*
- 5. predstavili smo arhitekturne tipe modela sodobnega nastanitvenega objekta (en izbran model v skupini) in preverili ambientalne potencialne le-tega*

7. izdelali smo predlog skupne predstavitve vseh nivojev promocije sodobnih turističnih naselij na primeru izbranega koncepta

- Navedite in opišite rezultate projekta ter njihov doprinos k družbeni koristnosti

*Celoten projekt je družbeno odgovorno zasnovan saj upošteva sodoben pristop k razvoju turističnih destinacij (krajev, naselij), ki je nujno trajnostno naravnano. Študentje so razvili kompetence na področju zavedanja pozitivnih in negativnih vplivov razvoja turizma in so zavezani, da v vseh svojih projektih upoštevajo vidik koristi lokalnega okolja. Razvoj turizma v dotični občini bo lokalnemu okolju prinesel koristi tako na ekonomskem, kot tudi na družbenem, kulturnem in ekološkem področju. Povečanje zaposlenosti lokalnega prebivalstva, razvoj kmetijstva in gradbene dejavnosti, povečanje zadovoljstva na destinaciji. Razvoj regije na trajnosten način, ki zaostaja za razvojem na evropski ravni. Vključevanje vseh deležnikov v razvoj, odločitve in povečanje zadovoljstva turistov. Sinergije in multiplikacijski učinki z ostalimi sektorji gospodarstva, kot so ribištvo, kmetijstvo, šport.*

#### 4. Priloge:

- Slikovno gradivo: Priložite vsaj dve sliki npr. sliko končnega produkta, sliko študentov pri delu na projektu, sliko s sestankov ipd. Pri pošiljanju slik bodite pozorni, v kolikor gre za končni produkt, da bo zadoščeno zahtevam glede informiranja in obveščanja (ustrezni logotipi itd.).



## Po kreativni poti do znanja 2016/2017

### The assignment is prepared by:

Chan, Lauren (Faculty of Economics)  
Goitia Serra, Victor (Faculty of Economics)  
Husagić, Alma (Faculty of Economics)  
Korošec, Teja (Faculty of Economics)  
Bobnar, Andreja (Faculty of Architecture)  
Kropin, Alma (Faculty of Architecture)  
Doles, Špela (Faculty of Architecture)  
Pavlin, Neja (Faculty of Architecture)

### Working mentors:

Prinčič, Matjaž (Illyrian land funds)  
Hočevar, Nataša (Slovenian tourist organization - STO)

### Pedagogical mentors:

Knežević Cvelbar, Ljubica (Faculty of Economics)  
Mihalič, Tanja (Faculty of Economics)  
Fikfak, Alenka (Faculty of Architecture)

Univerza v Ljubljani



REPUBLIKA SLOVENIJA  
MINISTRSTVO ZA IZOBRAŽEVANJE,  
ZNANOST IN ŠPORT



Javni študentski, razvojni,  
invalidski in preživninski  
sklad Republike Slovenije



EVROPSKA UNIJA  
EVROPSKI  
SOCIALNI SKLAD  
NALOŽBA V VAŠO PRIHODNOST



00



00 CONTENT

**EXECUTIVE SUMMARY**

3 - 4

01 INTRODUCTION & VISION

- 1.1 Vision
- 1.2 Kažun concept

5 - 6

02 TARGET MARKETS

- 2.1 Families
- 2.2 Wellness seekers
- 2.3 Luxury travellers
- 2.4 MICE
- 2.5 Seniors

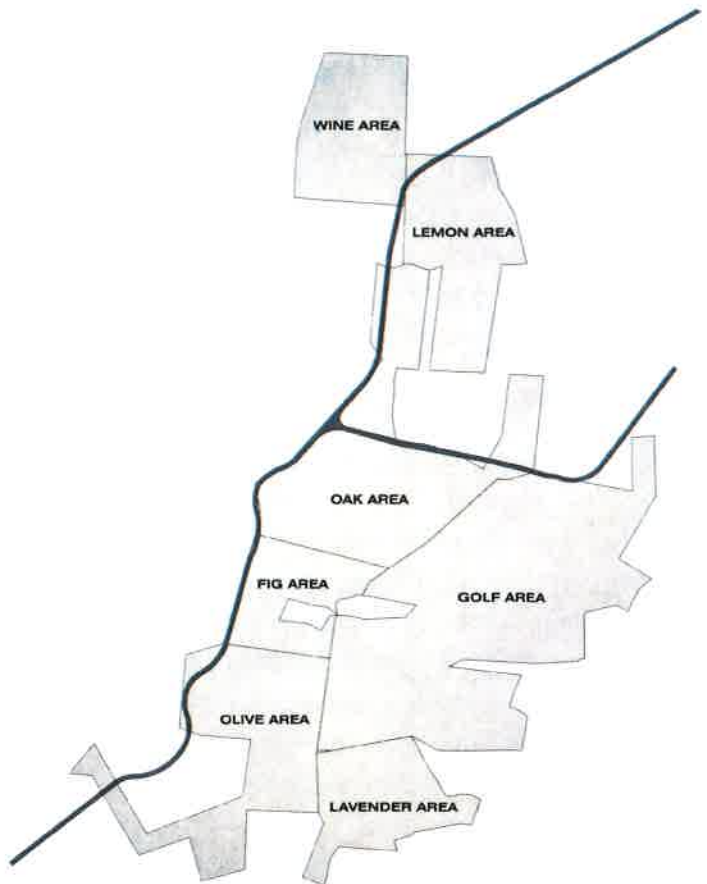
7 - 8

# 103

## 3.1 AREA DISTRIBUTION

We divided the resort area among 6 different vegetation types. On the far north of our resort there is a wine area with villas as main accommodation. Next one is lemon and citrus area with apartments as main accommodation. Oak area represents a center of our resort where main activities happen and where quests can get all information. Next to oak area is a fig area with nature pods as main accommodation. Olive area and lavender area are located on the south of our resort and have only recreational and relaxing function with no accommodation. Accommodation units in the resort are surrounded mainly by bushes and small trees for shadow, while other vegetation is located few meters away.

Accommodation goes from most public in the center of the resort to most private on the resort's edge. Wine area presents the highest, most secluded part of our resort. Lemon area and fig area are placed around the central hotel area full of activities. Apartments and nature pods have public spaces but also enable privacy. Areas for recreation and relaxation are placed in the southern part of the resort together with the golf course.

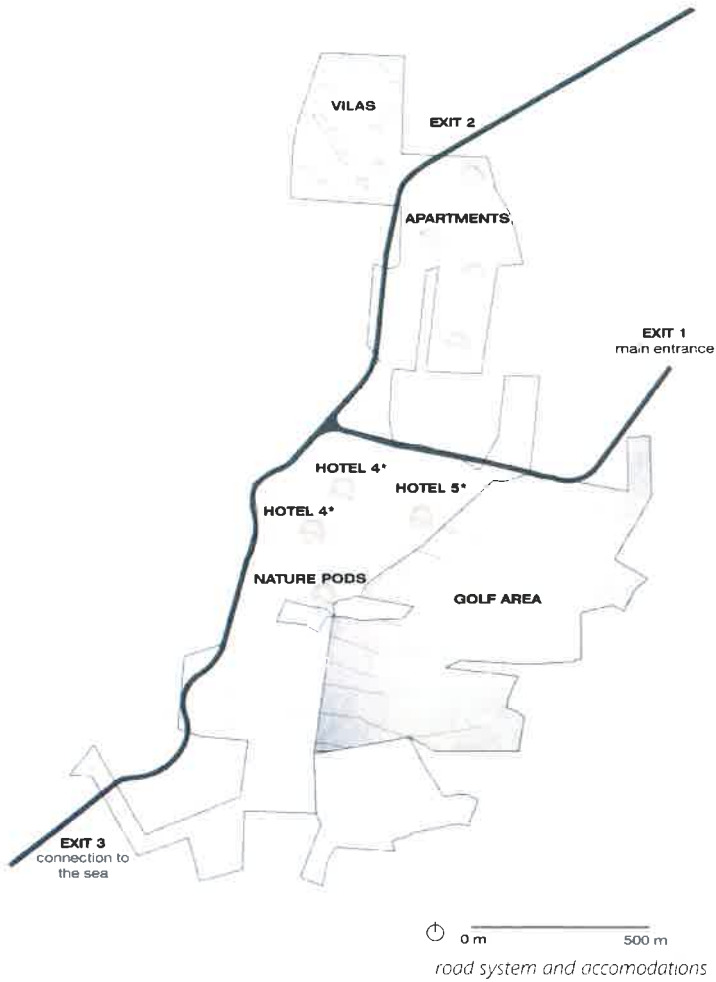


0 m 500 m

area distribution

## 3.2 ROAD SYSTEM

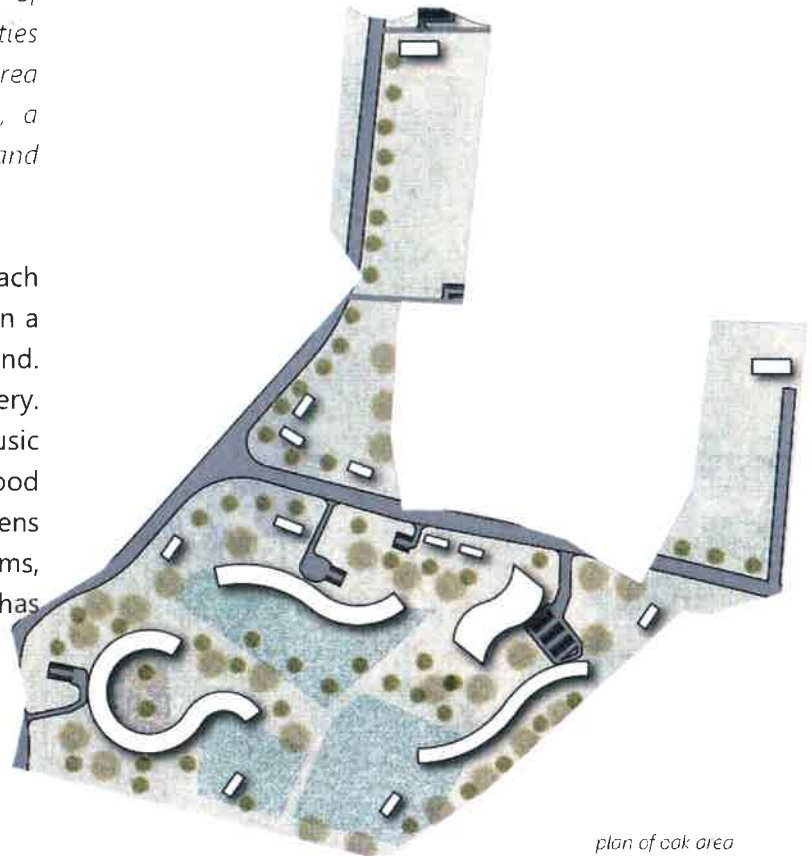
The Illyrian Tourist Resort has three entrances, all connected with the main road, which is located on the resort's edges. The main road is the only road with separated road surface and surfaces for pedestrians and cyclists. Other roads are organized as a shared space. Parking is organized mainly underground, only 10% of parking places are on ground for visitors and quick errands. Additional circular path connects all recreation facilities in the south of the resort.



## 3.3 OAK AREA

*Istrian oak trees are the representative vegetation of our central, most lively area where various activities are taking place. In addition to three hotels, oak area includes the reception, a multi-purpose building, a place for music events, a cocktail bar, a coffee place and a shop. Restaurants are placed inside the hotels.*

Hotels are located south of the main road, each has its own access. The family hotel is designed in a closed shape to provide a safe place for playground. Every hotel offers a large open space for greenery. The square in the oak area presents a place for music and other events. It is near crossroads to enable good accessibility. There is a place for vegetable gardens in the north of oak area. Family hotel has 250 rooms, Wellness hotel has 200 rooms and Luxury hotel has 180 rooms.



plan of oak area



### 3. 3. 1 Luxury Hotel

The luxury hotel has 5 stars. The use of some of the resort's spa facilities is included for guests staying in this hotel. Other elements that distinguish this hotel are the pillow menu (guests can choose what type of pillow they prefer), dine around option (the hotel arranges dinners for guests in the best restaurants in Istria), small boutique designer shops and a possibility to rent a boat. Sailing tours are also available. The luxury hotel is open all year long.

The hotel is designed as cubes put together in a circular form. Facility adapts to the grounds. By distributing the complex it visually looks smaller and does not act as a mass. The main entrance of the luxury hotel is designed differently as rooms, so that it attracts attention from a distance and invites you in.

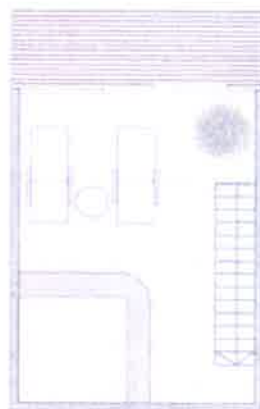
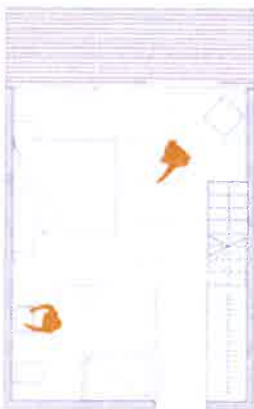
Within this hotel, two room types are planned. The first one is a duplex for two people which has two floors. On the first floor a sleeping area and a bathroom with terrace can be found. The second floor is intended for a relaxing area with jacuzzi. There are fewer rooms of this type. The second type of a room is also designed for two people. Both room types are designed as an open space with transparent walls in the bathroom.



visualization of luxury hotel



visualization of hotel room - duplex



floor plan of hotel room - duplex

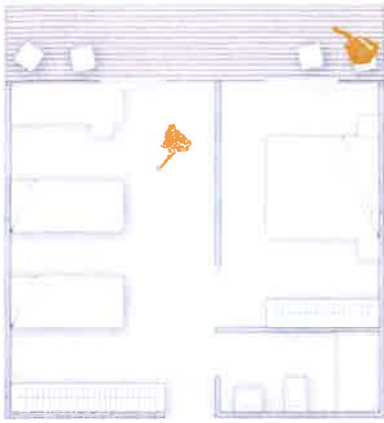


floor plan of hotel room - 2 persons



visualization of hotel room - 2 persons

### 3.3.2 Family Hotel



*floor plan of family hotel room- 4 persons*



*visualization of family hotel room*

Our family hotel has 4 stars and is created for families with kids of various age groups. It includes a big outdoor and indoor playground, a pool with slides and a sprinkling fountain area. The hotel provides child and baby care to its guests. It offers entertainment, sport and educational programs for three different age groups: babies, kids and teens. It also provides themed evenings like comedy nights and dance classes. The family hotel restaurant offers

The family hotel is designed in a circular form, as to provide an introverted space for children and their parents. Such design enables us to have two bigger outside areas where swimming pools and a large playground are placed. Regarding the hotel's facade, we want to design something more playful with cubes. As an example of facade we choose reference of Lima Duva Resort in Thailand.

One example of family hotel room is designed for four people. There are two separated rooms, one with a double bed and the other with two single beds. All rooms can be connected through terrace.

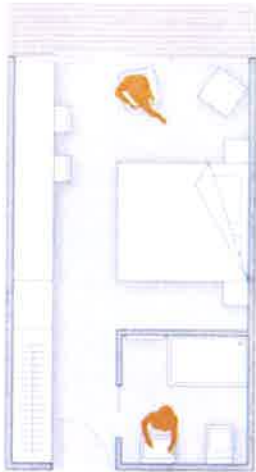
### 3.3.3 Wellness Hotel

Wellness is a big trend in tourism now, therefore one of the resort hotels is dedicate to it. The hotel offer presents a mix of an Eco-fit hotel and a Hol-life retreat, meaning that hotel guests can relax and improve their physical and mental health through nature-based recreation, cuisine and treatments, while also enjoying a no-stress oasis to recover and refocus on themselves and their needs. Wellness hotel includes a wide range of well-being aspects, from physical health and emotional wellbeing to social interaction, work-life balance and spiritual needs.

This is why the hotel offers numerous programs: sport & fitness, nutrition & diet, beauty & pampering, spiritual & meditation and health assessments. There is a doctor, physiotherapist, nutritionist and personal trainer on site. Wellness hotel has 4 stars and includes a luxurious spa. Additionally, guest have access to all sport facilities of the resort. Since signature experiences present a big trend in wellness tourism, our spa offer needs to originate in Istrian culture. We can enhance on the vegetation and air. Additionally, we offer thalassotherapy, as all our pools have salty/ sea water. menu according to age groups. In addition, there is a pharmacy and renting service for baby strollers, changing tables, baby bathtubs etc.

Rooms in our Wellness hotel are designed for either 2 or for 3 to 4 people.

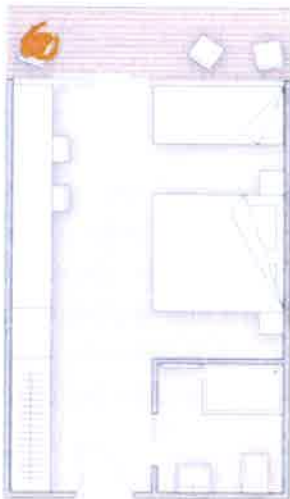
In the room plan for 3 people there is one double bed with one single bed, while for 4 people instead of one single bed there is bunk bed. All rooms have their own bathroom and their own terrace.



*floor plan of hotel room - 2 persons*



*visualization of hotel room - 2 persons*



*floor plan of hotel room - 3 persons*



*visualization of hotel room - 3 persons*

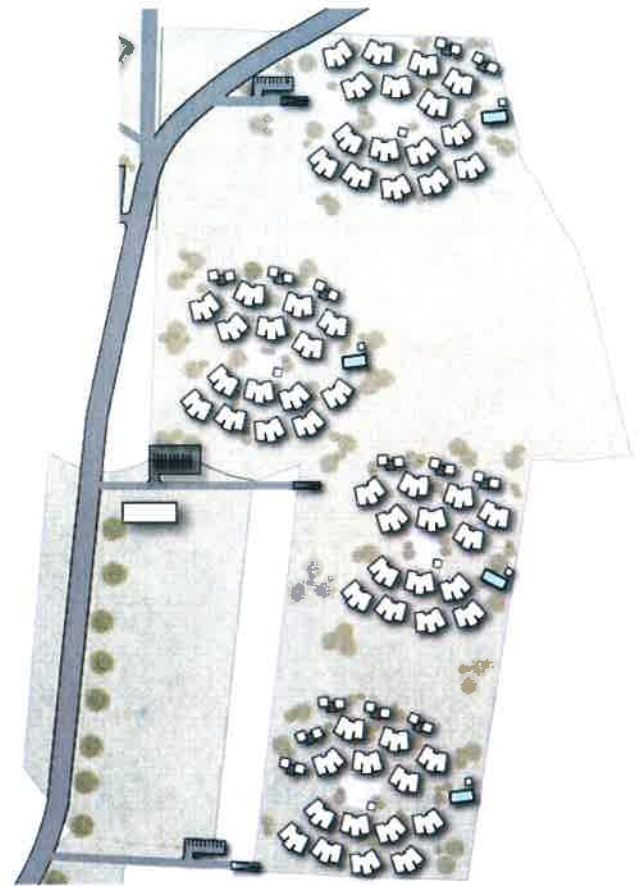
### 3. 3. 4 Multi-purpose building

Multi-purpose building in the oak area serves as a place for meetings, conferences, art classes, educational workshops (in case they cannot be performed outdoor) and other indoor events. Its polyvalent structure enables altering the rooms to the most suitable shape.

## 3.4 LEMON AREA

Lemon area is also one of the most lively areas of the Illyrian resort. Apartments with their respective swimming pools, daily organic market, garden, orchard, playground, restaurant, supermarket, cafe and bakery are located in this area of the resort.

Four clusters of apartments are located here. Each cluster focuses on different target markets (families, seniors, etc.). In the middle of the cluster there is a square where fruit & vegetable market and other activities take place. Each cluster also has a pool for its guests. In the lemon area there are 340 apartments with capacity of maximum 1262 beds.



plan of lemon area

### 3.4.1 Apartments

There are several types of apartments which can be joint together to create different external forms.

First are apartments with only ground floor. They are designed for 2 or 6 people. Two units can be joint together with a shared terrace, creating an option for bigger guest groups.

Other apartments are designed for 2, 4 and 6 people. Apartments have a double bed, a separate bathroom and toilet and also a kitchen with a living room.

Apartments for 6 persons are designed as duplex. All of the accommodation units are oriented to the south, providing a terrace on the south side. Different types of apartments are flexible and can be joint together in different shapes of units. A unit can be merged with the other on the side, but also above it.



floor plans of apartments for 2 and 6 people



visualization of apartments for 2 people



*floor plans of apartments for 2 and 4 persons*



*floor plans of apartments for 6 persons (duplex)*

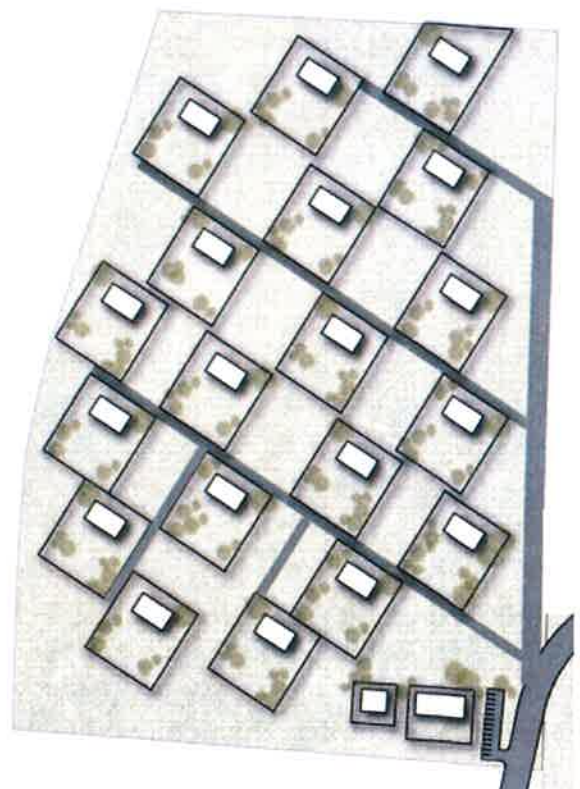


*visualization of apartments in the lemon area*

### 3.5 WINE AREA

*This is the most exclusive area located in the northern part of the resort, which has the best views of the sea. The terrain here reaches the highest level. It is also the most secluded area of the resort to offer privacy to the clients.*

Wine area has 19 villas each of them has their own pool and 2400 meters of private land. All villas together have capacity of maximum 114 beds. Besides accommodation in luxurious villas, the wine area offers a high-end restaurant and a winery. The restaurant offers a combination of local dishes with avant-garde touches. The winery produces local wine for the resort and offers other activities such as guided tours, wine tastings and wine pairing.



*plan of wine area*

### 3.5.1 Villas

Villas are designed as semi-open space with small atriums. The centre of the villa is the living room with a pool that separates a living area on right side and sleeping area on the left side. The villas are designed for 6 people. Every bedroom has a direct connection to the outside and its own bathroom. The living room can be introverted (with closed window) or extroverted (open window) to the outside space.



floor plan of villa

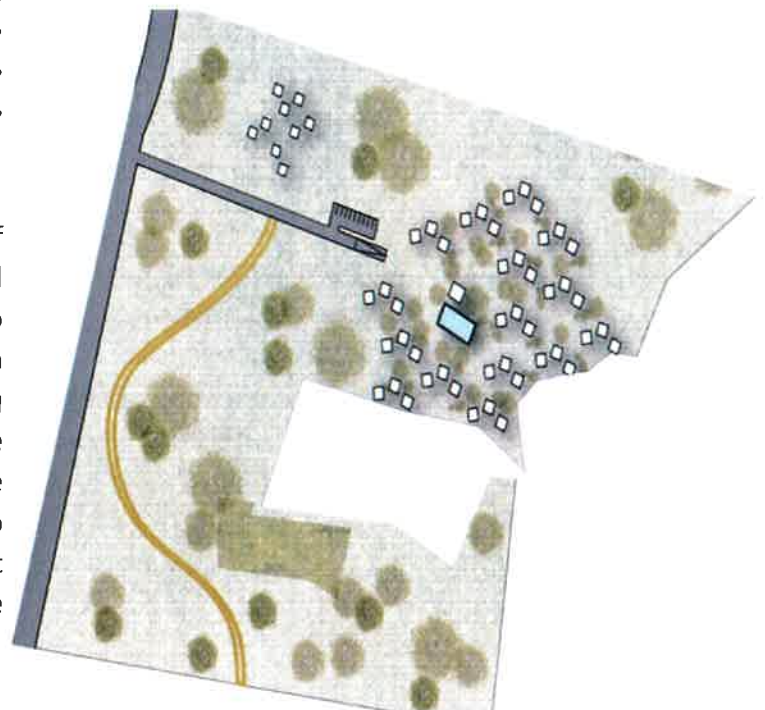


visualization of villa

### 3.6 FIG AREA

*The fig area is our accommodation area most connected to nature, which is already evident from the name of our accommodation units, Nature-pods. These accommodation units can actually be open the whole season if needed.*

There are 42 nature pods with capacity of maximum 132 beds. Nature pods have their own pool with bar and small store in the middle. Fig area also includes a picnic zone with an outdoor library, which can be transformed into an open-air cinema during the evenings. Open library is located more on the south of the fig area where is more peaceful. There are socializing hotspots with bonfires for guests who want to meet others. Story-telling and acoustic music events can be organized at these hotspots. Finally, the fig area has its own pool, a bakery and a café.



plan of fig area

### 3.6.1 Nature pods

For nature pods we designed two different types of units. First type includes a glass cube indented out of the big concrete cube. In the second type of a nature pod, the glass cube stays inside the concrete cube. The concrete facade casts as a memory of a stone and remembers us of typical Istrian facade made of stone. Nature pods can be used by 2 to 4 persons. Every unit has its own bathroom and a smaller terrace. A transparent wall enables units to be very connected to the surrounding nature.



*floor plans of nature pods for 2 and 4 persons*



*visualization of nature pods in fig area*

## 3.7 OLIVE AREA

The focus of this area is for the guest to enjoy sports and other activities that enable them to be more active and feel energetic. The main features of this area revolve around the sport offerings. In addition to the facilities that support the sports and recreation, there is an olive oil production facility that offers visitors a chance to understand how olive oil is produced and sample the various in-house produced oils. This area allows visitors to immerse themselves in the smells and flavors of olives. Secondly, there is a preserved Roman ruins site here. Roman ruins are incorporated throughout the resort, but highlighted in this area.

The Roman ruins will be persevering local heritage sites. The sites will highlight and encourage educational knowledge transfer. There will be a co-creative experience between the guests and the sites. Visitors will be able to co-create their experience by having the option to visit the sites themselves. There will be recommended trails that may be thematic or follow a linear story.

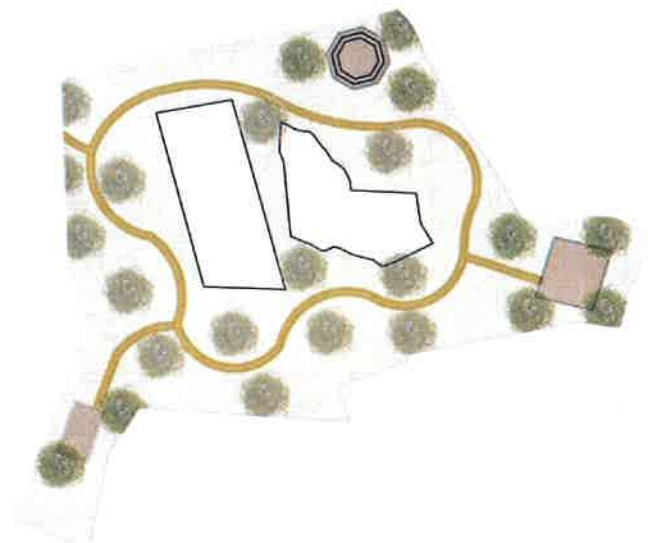


plan of olive area

## 3.8 LAVANDER AREA

This area is defined by key concepts relating to silence, devotion, serenity and calm. The Lavender area pulls visitors into the present and offers activities and spaces that enable the visitor to connect with their mind and body. This area aligns strongly with wellness seekers who aim to be in a mindful state and destress. Various fitness offerings such as meditation, pilates, tai chi and yoga classes take place in this area. Platforms intended to host this classes can be also used by guests to observe the stars during night time.

In addition to the mindful activities, the lavender area will feature fields of lavender with outdoor spaces for additional relaxation with music. There will be outdoor libraries where visitors can take and leave a book.



plan of lavender area



## 3.9 GOLF AREA

In golf area there is a golf course with a full 18 holes and a golf clubhouse. Golf tourist market is a promising segment for a destination since golf tourists are of higher income levels, high spenders and tend to repeat their visit. The golf house is where the equipment rental is organized, in addition it will be a space for a restaurant and a multipurpose room for events such as weddings.

The design of golf clubhouse is also connected to our main concept of design which enhances cubes. Here we wanted to play with composition of empty and full cubes, which present open and closed spaces. The design of open spaces leads through the whole golf club and takes you to the main views in the resort, such as view to the sea, view to the golf course and some views to the other part of the resort. The cubes have different height, creating dynamic view of the whole facade of the building.

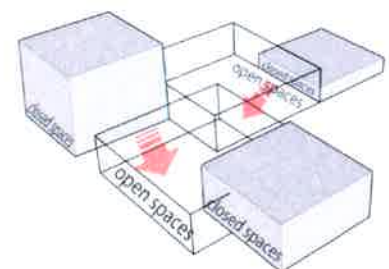
We added 30 apartments and 5 villas to the golf area, as some guests, whose main purpose of holiday is playing golf want to be located directly on the golf course. The accommodation units in the golf area have a capacity of maximum 210 beds.



plan of golf area



visualization of golf club



concept of golf club

